

# Το Retail στην COVID19 εποχή

Prepared with care by  Κραταίων

54%

των καταναλωτών βλέπει τις προοπτικές της οικονομίας ουδέτερα/ αισιόδοξα

62%

των καταναλωτών πιστεύει ότι το εισόδημά του δεν θα επηρεαστεί/θα βελτιωθεί

48%

των καταναλωτών θεωρεί πως ο covid άλλαξε σημαντικά την αγοραστική του συμπεριφορά

## Αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών

Ερευνούν πριν αγοράσουν

78%

Προσέχουν πού ξοδεύουν τα χρήματά τους

66%

Αγοράζουν online

77%

Ψωνίζουν με γνώμονα την υγεία τους

53%

Αγοράζουν λιγότερο ακριβά προϊόντα

76%

Αναζητούν εκπτώσεις και ευκαιρίες

51%

\*Απάντηση στην ερώτηση "Σε κάθε μία από τις παρακάτω δηλώσεις, επιλέξτε την απάντηση που εκφράζει τη συχνότητα με την οποία πραγματοποιείτε τα ακόλουθα"

Είδη που οι καταναλωτές θα ξοδεύουν ίδιο ή περισσότερο τους επόμενους μήνες



Είδη υγείας

77%



Είδη σουπερμάρκετ

72%



Είδη προσωπικής φροντίδας

58%



Ρούχα & υποδήματα

54%



Είδη ψυχαγωγίας

51%



Ηλεκτρονικά είδη

49%



Είδη σπιτιού

43%



Είδη γυμναστικής

41%

\*Ποσοστό των καταναλωτών που θα ξοδεύουν το ίδιο ή περισσότερα στις παραπάνω κατηγορίες

## Διείσδυση και Συχνότητα Online Αγορών



16%

των καταναλωτών αγόρασαν online πρώτη φορά από τότε που άρχισε ο Covid-19

6.4%

μέση αύξηση στην συχνότητα των αγορών online κυρίως λόγω ευκολίας και τιμής

60%

των καταναλωτών δηλώνει πιθανό/πολύ πιθανό να αγοράσει online όλα τα είδη

\*Απάντηση στις ερωτήσεις "Πριν ξεκινήσει ο Covid-19, κατά πόσο οι αγορές σας στις ακόλουθες κατηγορίες ήταν online;" και "Σήμερα, κατά πόσο οι αγορές σας στις ακόλουθες κατηγορίες γίνονται online;"

## Τί ικανοποιεί τους καταναλωτές;

1/2 καταναλωτές είναι ευχαριστημένοι με τις online αγορές του ενώ αυτά που ζητάνε σήμερα είναι:

92%

Δωρεάν μεταφορικά & επιστροφές

91%

Ασφαλείς πληρωμές

88%

Εύκολη διαδικασία πληρωμής

88%

Παράδοση την επόμενη μέρα

75%

Πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών

70%

Φιλικό προς τα κινητά website

67%

Αγορά online και παραλαβή στο κατάστημα

64%

Εφαρμογή για τα κινητά



8/10 καταναλωτές έχουν γεμίσει το καλάθι και δεν έχουν ολοκληρώσει την αγορά κυρίως λόγω υψηλού πρόσθετου κόστους

## Παράγοντες που επηρεάζουν το shopping journey



4/5 καταναλωτές κάνουν έρευνα πριν αγοράσουν, κυρίως στο Google και σε ιστότοπους σύγκρισης τιμών



4/5 καταναλωτές παρατηρούν διαφημίσεις προτού πραγματοποιήσουν την αγορά τους κυρίως στην τηλεόραση, social media, και YouTube



3/5 καταναλωτές αξιολογούν εάν τα brands προωθούν βιώσιμες πρακτικές και να εξασφαλίζουν δίκαιες συνθήκες εργασίας

65%

των retailers θεωρούν ότι έχουν υιοθετήσει ψηφιακά εργαλεία σε μεγάλο/πολύ μεγάλο βαθμό. Αλλά:



91% δεν κάνει χρήση τεχνητής νοημοσύνης



87% δεν χρησιμοποιεί εφαρμογή για κινητά



75% δεν κάνει χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης



67% δεν αξιοποιεί το Cloud



62% δεν εκπαιδεύει τους εργαζομένους σε ψηφιακά εργαλεία



60% δεν χρησιμοποιεί Big Data Analytics

5 λόγοι που οι retailers επιλέγουν να επενδύσουν στον ψηφιακό μετασχηματισμό

1. Κερδοφορία

2. Εμπειρία πελατών

3. Προσαρμοστικότητα

4. Παραγωγικότητα

5. Ευελιξία

## Επόμενα Βήματα:

- ✓ Ενισχύστε τον ψηφιακό μετασχηματισμό της επιχείρησής σας, υιοθετώντας τα κατάλληλα εργαλεία και εκπαιδεύοντας τις ομάδες σας σε αυτά
- ✓ Εξασφαλίστε ένα συνεπές και ξεχωριστό omnichannel experience – τόσο η έρευνα όσο και οι online αγορές των δυνητικών πελατών σας θα συνεχίσουν να έχουν αυξητική πορεία
- ✓ Προετοιμαστείτε εγκαίρως για τα 2 μεγάλα retail peaks μέχρι το τέλος του χρόνου (Black Friday & Χριστούγεννα)

\*Η έρευνα διεξήχθη τον Σεπτέμβριο του 2020 σε 1000 καταναλωτές και 45 retailers στην Ελλάδα